

ABSTRAK

Pada hakekatnya perlindungan hukum merupakan salah satu upaya agar tujuan hukum dapat tercapai. Tujuan hukum yang dimaksud yaitu terpeliharanya keamanan dan ketertiban sehingga dapat menjamin adanya kepastian hukum. Namun dalam beberapa hal masih banyak kesewenang-wenangan dari pihak tertentu. Seperti banyaknya keluhan dari konsumen yang kartu kreditnya terdebit oleh pihak PT Chubb Life Insurance melalui metode telemarketing yang sangat tidak adil bagi nasabah dikarenakan nasabah tersebut tidak merasa melakukan perjanjian asuransi dengan pihak tersebut. Mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdara suatu perjanjian dapat dikatakan sah apabila adanya kesepakatan diantara kedua belah pihak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji proses dan alur penjualan melalui kegiatan telemarketing di PT Chubb Life Indonesia, dan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen serta upaya penyelesaian sengketa di PT Chubb Life.

Penelitian ini mengacu kepada teori perlindungan hukum menurut Soetjipto Rahadjo. Dalam upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingan tersebut dan untuk menjamin adanya kepastian hukum.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif analitis yaitu meneliti dengan tujuan memberi gambaran sistematis, objektif dan akurat deskriptif analitis yaitu meneliti dengan tujuan memberi gambaran sistematis, objektif dan akurat terkait perlindungan hukum terhadap konsumen perjanjian telemarketing menurut Pasal 5 Ayat (4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tersebut untuk kemudian dianalisis. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan yuridis normatif, dengan mengumpulkan data melalui studi kepustakaan dan studi lapangan berupa observasi juga wawancara dan analisis data.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa, pihak konsumen/nasabah melakukan protes ke pihak telemarketing di PT. Chubb Life, nasabah melibatkan pihak bank untuk melakukan pengecekan, dan tiruskan ke pihak telemarketing di pt. chubb life untuk proses pengembalian kerugian yang dialami oleh konsumen. kendala yang dihadapi oleh konsumen dalam proses pengembalian kerugian yang dialami antara lain: kendala internal dari pihak telemarketing, minimnya pengetahuan dari konsumen, dan kendala eksternal antara lain: kurangnya pengetahuan dan kesadaran dari konsumen yang dirugikan untuk menggugat pelaku usaha melalui peradilan umum tetap juga konsumen ingin penyelesaian sengketa dengan pelaku usaha melalui di luar pengadilan, untuk mengatasi kendala tersebut, konsumen harus berupaya lebih teliti dan memiliki keinginan besar untuk mencari tahu mengenai peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perjanjian khususnya yang mengatur perjanjian melalui telepon (telemarketing) tanpa adanya penandatanganan polis.